

BAB IV

PENUTUP

Bab ini menguraikan hasil penelitian, yaitu hubungan antara terpaan iklan rokok dan persepsi maskulinitas pada perokok dengan perilaku merokok remaja laki-laki. Kemudian, disertakan saran yang diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pihak-pihak yang berkepentingan.

4.1 Kesimpulan

- Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara terpaan iklan rokok dengan perilaku merokok remaja laki-laki. Semakin tinggi terpaan iklan, semakin tinggi pula perilaku merokok remaja laki-laki.
- Hasil penelitian menunjukkan bahwa terdapat hubungan antara persepsi maskulinitas pada perokok dengan perilaku merokok remaja laki-laki. Semakin positif persepsi maskulinitas pada perokok, semakin tinggi pula perilaku merokok remaja laki-laki.

4.2 Saran

- Pemerintah perlu mengkaji ulang regulasi penayangan iklan rokok di televisi dengan cara, membatasi frekuensi penayangan iklan rokok setiap harinya, untuk mengurangi prevalensi merokok di kalangan remaja.
- Untuk peneliti berikutnya dapat memperhatikan faktor lain dalam penelitian misalnya, pengaruh endorser produk rokok atau *tagline*.